

ABSTRAKSI

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VERZA 150 DI YOGYAKARTA (Skripsi Novi Eka Aditya Putra yang di bimbing oleh Drs. IGN. Agus Suryono, MM dan Surpiko Hapsoro Darpito, SE, M.Si)

Salah satu merek yang digemari oleh sebagian masyarakat sejak dahulu adalah merek Honda. Untuk menghadapi persaingan tersebut produk Honda selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keinginan dari masyarakat agar produknya tetap laku. Salah satu produk unggulan Honda adalah Verza 150, sepeda motor Honda yang terjadi lonjakan pertumbuhan penjualan sekitar 34,5%, dari hanya 80.311 unit pada Februari 2012 menjadi 108.037 unit pada bulan lalu. Pada penelitian terdahulu pengguna motor honda di Surabaya yang memang jumlahnya lebih banyak dan hampir mengambil seluruh sampel pengguna motor Honda di Surabaya. Dalam penelitian sekarang mengambil produk terbaru honda Honda Verza 150 pada bulan lalu terjual sebanyak 11.873 unit hal ini tampak dari niat beli konsumen yang cukup tinggi terhadap produk Honda Verza 150. Hal ini cukup menarik untuk diteliti. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-random karena tidak didasarkan atas hukum probabilitas. Salah satu teknik sampling yang termasuk non-random yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel aksidental (*Accidental sampling*) atau teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004:77) dengan kriteria Pengunjung dealer Honda Cahaya Indotama dan dengan analisis regresi berganda. dengan hasil penelitian Tidak Ada pengaruh signifikan secara parsial variabel Motivasi, terhadap Niat Beli sepeda motor Honda Verza 150 Di Yogyakarta, Ada pengaruh signifikan secara parsial variabel Persepsi terhadap Niat Beli sepeda motor Honda Verza 150 Di Yogyakarta, Ada pengaruh signifikan secara parsial variabel Sikap terhadap Niat Beli sepeda motor Honda Verza 150 Di Yogyakarta Ada pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel Motivasi, persepsi dan sikap berpengaruh terhadap Niat Beli sepeda motor Honda Verza 150 Di Yogyakarta.

Kata Kunci : Motivasi, Persepsi, Sikap dan Niat Beli